



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2019

Selbsttests: Selbstverortung und Normaus handlung statt Selbstoptimierung an den Grenzen der Wettbewer blichkeit

Wolff, Eberhard

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-184685>

Book Section

Published Version

Originally published at:

Wolff, Eberhard (2019). Selbsttests: Selbstverortung und Normaus handlung statt Selbstoptimierung an den Grenzen der Wettbewer blichkeit. In: Bürkert, Karin. Auf den Spuren der Konkurrenz : kultur- und sozialwissenschaftliche Perspektiven. Münster: Waxmann, 161-178.

Eberhard Wolff

Selbsttests: Selbstverortung und Normaushandlung statt Selbstoptimierung an den Grenzen der Wettbewerblichkeit

.....

Karin Bürkert,
Alexander Engel,
Timo Heimerdinger,
Markus Tauschek,
Tobias Werron
(Hrsg.)

Auf den Spuren der Konkurrenz

Kultur- und sozialwissen-
schaftliche Perspektiven

*Freiburger Studien zur Kultur-
anthropologie, Band 2, 2019,
292 Seiten, br., 34,90 €,
ISBN 978-3-8309-3968-9*

*E-Book: 30,99 €,
ISBN 978-3-8309-8968-4*



© Waxmann Verlag GmbH, 2019

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, verboten. Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.



WAXMANN

Steinfurter Str. 555
48159 Münster

Fon 02 51 – 2 65 04-0
Fax 02 51 – 2 65 04-26

info@waxmann.com
order@waxmann.com

www.waxmann.com
Mehr zum Buch [hier](#).

Selbsttests: Selbstverortung und Normaushandlung statt Selbstoptimierung an den Grenzen der Wettbewerbslichkeit

Das komplexe Thema „Wettbewerb“ als kulturwissenschaftliches oder soziologisches Phänomen hat sich in den letzten Jahren großer Aufmerksamkeit erfreut (u. a. Tauschek 2011; 2012; 2013; siehe auch den Beitrag von Tobias Werron in diesem Band). Grund dafür ist nicht zuletzt der angenommene Trend einer Ausweitung wettbewerbslicher Sozialisations- oder Subjektivierungsformen in unserer zeitgenössischen, so genannten spätmodernen Gesellschaft. Die Rede ist von der „Verwettbewerblichung“ unserer Gesellschaft als Teil einer zunehmenden Leistungsorientierung. Einzelnen Wettbewerbs-Phänomenen wird – etwa mit einer Bezeichnung unserer Gesellschaft als „Casting-Gesellschaft“ – eine strukturelle Bedeutung zugewiesen (Pörksen/Krischke 2010). Der Soziologe Hartmut Rosa geht sogar so weit, die moderne Gesellschaft schlechthin als „zuerst und vor allem eine Wettbewerbsgesellschaft“ zu definieren (Rosa 2006: 82; siehe auch den Beitrag von Markus Tauschek in diesem Band).

Auch das hinter diesem Band stehende DFG-Netzwerk „Wettbewerb und Konkurrenz. Zur kulturellen Logik kompetitiver Figurationen“ geht gleich im ersten Satz seiner Selbstbeschreibung von der Prämisse aus, dass wir heute in einer „Leistungs- und Wettbewerbsgesellschaft“ leben. Es spricht von „sich zunehmend verdichtende(n) Wettbewerbs- und Konkurrenzlogiken in verschiedenen sozialen Feldern“ und sogar von einer „Omnipräsenz von Wettbewerbslogiken und Konkurrenzideologien“.¹

Diese Totalisierungsrhetorik geht in der Regel einher mit einem kritischen Zugang zum Phänomen. Das Netzwerk „Wettbewerb und Konkurrenz“ spricht davon, dass die Omnipräsenz von Wettbewerbslogiken und Konkurrenzideologien „kritisch zu dekonstruieren“ sei. Zumindest ein Teil der Chronisten moderner Wettbewerbslichkeit verbindet Totalitätsrhetorik – spätestens hier in einem engen, alltags-sprachlichen Sinn von „Kritik“ – mit einer subtilen oder expliziten Skandalarhetorik. Hartmut Rosa spricht von der „Entfesselung“ des Wettbewerbs, als handle es sich dabei um ein frei herumlaufendes Monster (Rosa 2006: 90, 103). Nicht zufällig ist der entsprechende Aufsatz in der Zeitschrift „Leviathan“ veröffentlicht, die sich auf Hobbes' gleichnamige Schrift mit dem Modell absoluter Staatsmacht bezieht und dieser den Namen von dem antiken Meerungeheuer „Leviathan“ entlehnt hat. Die Kompetitivierung der Gesellschaft habe den kulturellen Effekt einer Leistungsfixierung oder etabliere die Ausbreitung ökonomischen Denkens in allen Lebensbe-

1 <https://www.konkurrenz.uni-freiburg.de> [02.07.2018].

reichen, wie es im Modell des „Unternehmerischen Selbst“ ausformuliert ist (Bröckling 2007; dazu Wolff 2019a). Kritik an Verwettbewerblichung ist dabei in der Regel Teil der generellen, auf Michel Foucaults Theorien basierenden Gegenwarts-kritik.² Sie argumentiert, kurz zusammengefasst, dass Menschen durch (gouvernementale) Regierungstechnik (vgl. Habit 2013) auch mittels Wettbewerben oder Kompetitivierung in Form eines „totalitären Zwangs“ (Rosa 2006: 102) dazu gebracht werden, ihr Leben in (entsolidarisierter) Eigenverantwortung zu führen und zu ständiger Selbstoptimierung angehalten oder indirekt gezwungen würden. In parallelen Argumentationssträngen wird zum Beispiel das Wettbewerbs-Format der Casting-Shows unmittelbar und ausschließlich als Phänomen der (Geschlechts-) Ausbeutung interpretiert. Und Binswanger bezeichnet Wettbewerbe aus ökonomischer Perspektive kurzerhand als „Unsinn“ (Binswanger 2010).

Darstellungen wie diese machen bisweilen den Eindruck, wir würden auf eine Welt zusteuern, in der jeder unablässig gegen jeden in einem Kampf auf Leben und Tod stehe, wie er in den fiktiven Büchern bzw. Filmen unter dem Titel „Hunger Games“ (dt. „Die Tribute von Panem“) dystopisch skizziert wurde. Der vorliegende Beitrag möchte gegen die Absolutheit und hermetische Unausweichlichkeit dieser Skandalkulisse argumentieren.³ Als Beispiel dafür habe ich den Bereich der Selbsttests gewählt.

Das Phänomen Selbsttest

Selbsttests sind aus allgemeinen Testverfahren entstanden, die wiederum ein typisches Phänomen der industrialisierten Moderne darstellen. Der „IQ-Test“ wurde gegen Ende des 19. Jahrhunderts entwickelt, um begabte und weniger begabte Schüler effizient auf die richtigen Schulniveaus zu verteilen. Im frühen 20. Jahrhundert wurden in der Psychologie erste Berufseignungstests entwickelt. Die damals bekanntesten waren für Straßenbahnfahrer oder Telefonistinnen und testeten unter anderem das Reaktions- und Konzentrationsvermögen (z.B. Horn 2002; Lamberti 2006; Kaminski 2011; Gelhard 2012). Über die Jahrzehnte hat sich das Format „Test“ in die unterschiedlichsten Lebensbereiche ausgebreitet bis hin zum an der Tankstelle gekauften Alkohol-Atem-Selbsttest. Lemke z.B. schreibt: „Wir sind umgeben von Diagnosemethoden, Nachweisverfahren, Untersuchungstechniken und

2 Beispielhaft: Bröckling 2004. Als kulturwissenschaftliches Beispiel für zeitgenössische Kulturkritik siehe ähnlich Bausinger (2015). Aus kritisch-analytischer Außenperspektive zum Phänomen des zeitgenössischen Technologieskeptizismus siehe Passig (2013).

3 Der Beitrag ist Teil eines Netzes von Einzelprojekten, welches die Einführung heute sehr dominanter kulturwissenschaftlicher Interpretationsweisen alltagskultureller Phänomene mittels einer selektiven Anwendung Foucault'scher Deutungsangebote aufzeigt, kritisiert und über sie hinaus gehende Deutungen liefert. Siehe meine entsprechenden Veröffentlichungen im Literaturverzeichnis. Auch Karin Bürkert gibt in ihrem Beitrag in diesem Band mit der Stadt Stuttgart ein Beispiel für eine Stadt, die sich bewusst nicht jedem Wettbewerb stellt. Und Alexander Engel verweist in seinem Beitrag zentral darauf, dass Konkurrenzdenken in der Geschichte nicht ubiquitär sei, kein kapitalistisches Zwangsgesetz und keine anthropologische Konstante.

Prüfapparaten, die uns mitteilen, über welche Kompetenzen wir verfügen, welchen Risiken wir ins Auge sehen müssen und welcher Gruppe wir zugehören“ (Lemke 2004: 264).

Phänomenologisch überschneiden sich Tests mit nahestehenden alltagskulturellen Praktiken wie Prüfungen (Kaminski 2011; Gelhard 2012), Quizzes, Checks, Evaluationen, Messverfahren, Selbstdokumentationstechniken (etwa dem aktuellen „Quantified Self“⁴), aber auch den hier fraglichen Wettbewerben. Gemeinsam ist ihnen, dass sie alle Verfahren der Messung oder Einschätzung von Zuständen oder Fähigkeiten, oft der Leistungserbringung und Leistungsbestimmung, darstellen. Das Verfahren hat einen gewissen Formalisierungsgrad und endet mit einem Ergebnis. Andersherum können alle diese Praktiken auch Strukturelemente von Wettbewerben besitzen und tun es häufig auch. In einem engeren Sinne werden Tests, Prüfungen, Evaluationen etc. auch zu Wettbewerben, wenn Zustände und Fähigkeiten als Ergebnisse in einer Werteskala dargestellt und auf irgendeine Art miteinander in Beziehung gesetzt werden. Auf diese Art können zum Beispiel Berufseignungstests, schulische Prüfungen, aber auch universitäre Evaluationen oder sportliche Trainings schnell zu Wettbewerben (um eine Anstellung, die beste Note, ausgelobte Fördergelder oder einen Ruf als sportlicher Mensch) werden. In einem weiten Verständnis von „Wettbewerb“ muss dieser nicht formalisiert, dominant und explizit, er kann auch subtil, situativ oder implizit sein. Der Preis, das im Wettbewerb zu erstrebende Gut, muss nicht materiell und knapp, es kann auch immateriell und unbegrenzt verfügbar sein wie zum Beispiel Stolz und Erfolg (Lange 2011: 44) oder der Schlaf von Kindern (siehe den Beitrag von Timo Heimerdinger in diesem Band). Bei diesem weiten Verständnis bedarf es nicht einmal einer zweiten Person, mit der man im Wettbewerb steht. Kompetitivität kann auch im Vergleich eigener Leistung mit dem Bewertungs-System des Tests, mit allgemein gesellschaftlichen Normen und Zielvorgaben, aber auch im Vergleich mit eigenen Einschätzungen von Fähigkeiten stehen. Im IQ-Test ist ein Vergleich (und damit Kompetitivität) mit dem definierten altersspezifischen Durchschnittsintelligenzwert von „100“ sogar in das Testsystem eingebaut. In diesem Sinne kann man auch in einem Wettbewerb mit sich selber oder mit abstrakten Normen stehen. Auch die Figur des „Dritten“ (siehe den Artikel von Tobias Werron in diesem Band) ist nicht immer notwendig.

Tests und Selbsttests lassen sich damit in dem breiten Feld der Wettbewerbe in einem weiten Begriffsverständnis verorten, wie sie in diesem Band anhand verschiedener Beispiele untersucht werden: Sie sind keine Wettbewerbe im streng-soziologischen Begriffsverständnis, zeigen aber mehr oder weniger Kompetitivität bzw. „Figurationen“ (Tauschek 2012) von Wettbewerben.

Aufbauend auf der sich im 20. Jahrhundert ausbreitenden Praxis des Testens, Prüfens und Messens und frühen Praktiken von Selbstmessungen (z.B. Körpertemperatur und -gewicht, vgl. Wolff 2018b) entwickelte sich in der zweiten Jahrhunderthälfte die Untergruppe der Selbsttests. Der Diabetes-Teststreifen zur eigen-

4 Siehe meine Auseinandersetzung damit in Wolff 2018b und Wolff 2019b.

ständigen Kontrolle, ob sich Zucker im Harn findet, kam in den 1960er Jahren auf den Markt. Weitere frühe Beispiele sind etwa die psychologischen Selbsterkenntnis-Tests in populären Zeitschriften wie der „Bravo“ oder der theoretische Teil der Führerschein-Prüfung, bei dem man Probe-Prüfungsbogen als Lernhilfe erhalten und die eigenen Fähigkeiten selbst einschätzen konnte. Der psychologische Rorschach-Test kam in den 1950er Jahren in den USA als Gesellschaftsspiel mit dem Titel „Person-Analysis“ auf den Markt (van Drunen 2006: 98), in Deutschland im Jahre 1989 unter dem Namen „Therapie“.⁵

Eine explosionsartige Ausbreitung von Selbsttests geschah mit der Etablierung des interaktiven Internets als technisch gesehen idealem Nährboden hierfür.⁶ Zu den populärsten Internet-Selbsttests zählen etwa diejenigen, die vorgeben, die persönliche Lebenserwartung zu errechnen. Die thematische Breite von Selbsttests ist so immens, dass sie hier nicht angemessen abbildbar ist. Tageszeitungen, auch und gerade ganz seriöse, garnieren in ihren Web-Versionen in der letzten Zeit immer mehr Artikel mit interaktiven Applikationen, in denen die Lesenden anhand von Fragen ihr Wissen zum Thema eines Artikels testen können: Was wissen Sie über Kamerun, den Brexit oder die Neuerungen des Arbeitsrechts?⁷ Darüber hinaus können Menschen über das Internet immer mehr körperliche, psychische, gesundheitliche und viele andere Zustände durch das Ausführen von Selbsttests überprüfen: Auf welche Art bin ich farbenblind? Bin ich bereits Alkoholiker? Welche Partei passt am besten zu meinen politischen Vorstellungen? Es gibt zudem eigene Web-Portale wie www.testedich.de oder www.mein-wahres-ich.de.

Jenseits von Internet-Selbsttests sind körperliche Zustände heute auch zunehmend materiell selbst messbar. Apotheken und Drogerien zum Beispiel bieten heute ganze Arsenale unterschiedlicher Selbsttests an. Die sich seit einigen Jahrzehnten ausbreitende Blutdruck-Selbstmessung (Wolff 2018b) stellte so etwas wie einen Vorreiter hierfür dar. Auch die freien Gentests jenseits einer ärztlichen Behandlung können als Selbsttests verstanden werden.⁸

(Selbst-)Tests können in unterschiedliche Kategorien unterteilt werden. Etwa in solche, die einen quantitativen Wert ermitteln und solche, die ein qualitatives, typologisierendes Profil ausgeben (Lemke 2004: 266f.). Im Zusammenhang mit unserer Frage nach dem Wettbewerb ist jedoch die Unterscheidung zwischen einerseits Zustands- und Zuordnungstests (z. B. „Welchem Charakter in der Serie ‚Die Simpsons‘ bin ich am ähnlichsten?“) und andererseits Fähigkeits- oder Leistungstests (z. B. „Wie viel weiß ich über Homer Simpson?“) wichtiger. Den hier fraglichen kompetitiven Charakter nehmen viel eher die letzteren an. Aber selbst ein Schwan-

5 Dankenswerter Hinweis von Iris Blum, lic. phil., Zürich.

6 Der Band Krogerus/Tschäppeler (2014), eine hochverdichtete Ansammlung unterschiedlicher Selbsttests, ist in seiner halb ernst, halb ironisch gemeinten Überzeichnung ein Indiz hierfür. In der Folge hat der Verlag darauf hingearbeitet, dass ein als Bildband gedachtes Buch mit Fotos von Büroklammern, die bei einem Psychiater verbogen wurden, als Selbsttest-Buch aufgezogen wurde (Gmür 2015; Wolff 2015b).

7 Die Beispiele sind fiktiv, aber typisch. Insbesondere die Süddeutsche Zeitung zeichnet sich durch zahlreiche Online-Selbsttests aus.

8 Zur schwierigen Abgrenzung von Selbsttests zu Fremdttests siehe Wolff 2018b: 49–57.

gerschaftstest kann mehr als eine Zustandsermittlung sein, sondern auch als Fähigkeits- oder Leistungsausweis (in welche Richtung auch immer) verstanden und damit zum Teil eines Wettbewerbs werden.

Selbsttests sind komplexe Phänomene, die aus verschiedenen Frageperspektiven sehr unterschiedlich interpretiert werden können. Sie sind von der einschlägigen Forschung (anders als z. B. Tests durch Außenstehende, Prüfungen oder Wettbewerbe) allerdings noch kaum untersucht worden. Soziologisch gesehen werden Selbsttests als Technologien des Selbst und damit als klassische Orte für moderne Subjektivierungsprozesse betrachtet. In der neueren Forschungsliteratur werden Tests ganz allgemein, ähnlich den Wettbewerben, meist aus der Perspektive der Gouvernementalitätstheorie als eines von vielen Mitteln zunehmender, von außen gesteuerter Selbstkontrolle des Menschen, also eine Form von Fremdführung, interpretiert.⁹ Für Horn (2002) sind historische Berufseignungstests und moderne Assessment-Center (jenseits aller Binnendifferenzierung) „Machttechnologien“ der Disziplinar- bzw. Kontrollgesellschaft (124f.), welche mit „panoptischer“ Beobachtung (115) über das Einpflanzen von „Rivalität“ (122, 125) die „Formatierung des Menschen“ (112, 123) mit dem Ziel der „permanenten Vervollkommnung“ (123) betreiben. Für Lemke sind die sich ausbreitenden Selbsttests nur „scheinbar demokratisch“ im Sinne einer ermöglichten Selbstbestimmung und Selbsteinschätzung, sondern Ausdruck einer „gesellschaftlich geforderte(n) Strategie der Selbstoptimierung“ in einer „verschärften Konkurrenzsituation“ (Lemke 2004: 269). Es ist meines Erachtens an der Zeit, diese interpretative Engführung aufzubrechen.

Mehr Forschung gibt es über gegenwärtige und historische Formen der mit den Tests eng verwandten Selbstmessungen, wobei die Perspektive auf deren Wettbewerbslichkeit dort allerdings unbedeutend ist (siehe den aktuellen Überblick in Wolff 2018b). Auch bei den Arbeiten über Selbstmessungen ist die oben skizzierte Deutung des Phänomens als fremdgesteuerter Zwang zur Selbstoptimierung verbreitet, aber nicht ganz so dominant. Versteht man die regelmäßige Messung von Blutzucker-Werten auch als Selbsttest, dann hat Annemarie Mol im Jahre 2000 eine u. a. autoethnografische Studie zum Thema vorgelegt, die nicht so eingengt auf mehr oder weniger vorgegebene Ergebnisse hin argumentiert. Das regelmäßige Messen/Testen hat für sie durchaus eine Wirkung auf Vorstellungen von Normalität, macht Patienten autonomer, fordert aber mehr Selbstdisziplin von ihnen (Mol 2000).

Der vorliegende Beitrag verfolgt sein Ziel, Formen der Verwettbewerblichung als Ausdruck eines ständigen Kampfs um Leistung und Güter zu hinterfragen, anhand ausgewählter Selbsttests auf der Website „mein-wahres-ich.de“ (im Folgenden: „MwI“). Der Beitrag fragt deshalb z. B.: Stellen diese Selbsttests ein Beispiel für die Kompetitivierung unserer Gesellschaft dar? Sind Selbsttests hier Katalysatoren einer Wettbewerbs-, Ranking- oder Evaluationsgesellschaft, bei denen Menschen sich selbst oder anderen ihre gesellschaftliche Leistungs- oder Anpassungsfähigkeit unter Beweis stellen (müssen)? Zeigt sich in diesem Phänomen von Selbsttest

9 Am Beispiel des Schwangerschaftskalenders ähnlich auch Schlünder (2005).

eine Art Zwang, an der eigenen Persönlichkeit mit dem Ziel einer Verbesserung arbeiten zu müssen, wie es die These der so genannten „Selbstoptimierung“ unterstellt? Sind Selbsttests ein Mittel zunehmender fremdgesteuertem Selbstkontrolle des Menschen? Sind sie Katalysator einer „Ökonomisierung des Selbst“ im Sinne eines „Unternehmerischen Selbst“? Inwieweit sind sie überhaupt eine „kompetitoid“ Praxis?

Selbsttests als Wettbewerbe auf der Website „Mein-wahres-Ich“ (MwI)

Ich möchte diese Fragen exemplarisch, natürlich nicht repräsentativ, und mikroperspektivisch anhand einer Selbsttest-Website untersuchen. Es handelt sich beim untersuchten Beispiel um die MwI-Webpräsenz, die mehrere hundert Online-Selbsttests verschiedenster alltäglicher Themenbereiche zu Unterhaltungszwecken anbietet.¹⁰ Die einzelnen Tests sind vom Aufbau her meist überschaubar. Sie erstrecken sich über etwa zehn bis fünfzehn, maximal vierzig Fragen, für die je drei bis fünf, manchmal zehn Antwortmöglichkeiten zur Auswahl stehen. Die Website enthält viele Persönlichkeitstypologien-Tests eher einfacherer psychologischer Natur, meist in Form von Zuordnungen, etwa welche Serienfigur, Fantasygestalt, welches Tier, welches Emoji, welcher Superschurke etc. am ehesten ein „Seelenverwandter“ der Testperson sei. Entgegen dem auf eine psychologische Selbstergründung hindeutenden Titel enthält die Website daneben auch Wissens-, Fähigkeits- oder Intelligenztests mit in der Regel mäßigem Umfang und Schwierigkeitsgrad. Hinzu kommen einige einzelne Spezialtests außer der Reihe wie ein 45-minütiger Intelligenztest, ein Einbürgerungs-, ein Führerschein-Selbsttest und ein Depressions-Test. Am genannten IQ-Test haben nach Angaben der Anbieter über 5 Millionen Menschen teilgenommen. User können Tests auch selber erstellen und hochladen. Des Weiteren bietet die Website Sprüchesammlungen und ein Horoskop sowie Links zu weiteren Spiel- und Testseiten an.

Die Website ist – wenn es in diesem Feld überhaupt Durchschnittlichkeit gibt – durchschnittlich in dem Sinn, dass sie weniger auf ein spezifisches Milieu (etwa ein Bildungs-, Spaß-, Sport-, Psycho-, Esoterik- oder Erotik-Milieu) abzielt, sondern breit und „mehrheitsfähig“ gestreut ist. Angesprochen ist tendenziell die Altersgruppe der Erwachsenen „Digital Immigrants“ von dreißig Jahren aufwärts bis ins hohe Alter. Ein Indiz hierfür ist auch, dass die User-Kommentare in der Regel recht traditionell mit dem echten Namen und nicht einer Avatar-Identität gezeichnet sind. Die Website hat eine deutliche Tendenz zur Nutzung durch Frauen, es gibt aber durchaus auch Tests mit gemeinhin als „männlich“ angesehenen Themen (z. B. dem „Oldtimer-Raten“).

Wie bei solchen Angeboten üblich, kann man die Selbsttests einfach nur auf der Website durchführen. Ein grobes Testergebnis erhält man sofort. Für eine detaillier-

¹⁰ Im Folgenden wird aus Gründen des Umfangs und der Praktikabilität nicht mehr jedes Zitat aus einer Seite von www.mein-wahres-ich.de und der entsprechenden Facebook-Präsenz nachgewiesen. Der letzte Zugriff fand frühestens im Mai 2017 statt, teilweise später.

te Auflösung ist eine Identifizierung via E-Mail notwendig. Das erreichte Ergebnis kann unmittelbar auf der Website oder mit einem Klick auf der Facebook-Präsenz der Website und der Facebook-Identität der Spielenden gepostet und/oder kommentiert werden. Die Facebook-Seite von MwI hat in etwa eine halbe Million Follower. Man kann zudem als Mitglied einer Mailing-Liste über neu aufgeschaltete Tests informiert werden.

Ein wettbewerblicher Charakter der Website bzw. dieser Selbsttests ist zunächst vor allem bei den Wissens- und Fähigkeitstests denkbar, bei denen als Ergebnis ein quantitativer Wert, etwa ein Punkt- oder Prozentwert erreicht werden kann. Weniger sucht man Wettbewerbslichkeit bei den Persönlichkeitstests, deren Ergebnis als qualitative Zuordnung zu einem bestimmten Charaktertypus neben anderen (in der Regel gleichwertigen) angelegt ist. Allerdings gibt es auch bei den Persönlichkeitstests Ergebnis-Hierarchien gesellschaftlich mehr oder weniger angesehener Charakteren-Zuordnungen in Tests wie „Bist Du zu leichtgläubig?“ oder „Wie rein ist Deine Seele?“ Ähnlich ist es bei den auf eine Zielerreichung ausgerichteten Persönlichkeitstests wie „Winkt Dir das Nirwana?“ oder „Wie lange würde ich es in einem Kloster aushalten?“

Die Wettbewerbslichkeit eines Online-Selbsttests kann genauso auf der Anbieter- wie auch auf der Nutzerseite gesucht werden. Von der Anbieter-Seite her wird praktisch *keine* Wettbewerbslichkeit unterstützt. Durchaus denkbare Aufforderungen wie „Wer ist der Beste?“ oder „Sei besser als die anderen!“ sucht man vergeblich. Nutzende erhalten mit einem quantitativen Resultat im Balken-Diagramm auch das Durchschnittsergebnis aller Nutzer, aber dies erscheint bei jedem Text ähnlich hoch – bei unter ca. 40%.¹¹ Gewollt oder nicht, vermittelt dies den meisten Testmachenden den Eindruck, sowieso besser als der Durchschnitt zu sein. Mit einem Score oder einer stichwortartigen Typologisierung erhalten die Testmachenden als Ergebnis zusätzlich einen kurzen Kommentartext. Bei den Zuordnungs-Tests sind die Texte darum bemüht, das Erreichte nicht wertend zu beschreiben. Bei den quantitativen Ergebnis-Rückmeldungen sind die Texte darauf aus, einen positiven Eindruck zu hinterlassen. Bei hohen Scores wird man beglückwünscht. Niedrigere Scores werden vorsichtig eingeschätzt: Eine Antwort wie „Da geht noch etwas“ (z. B. bei acht richtigen Antworten von 15) ist eine umgangssprachliche, verklausulierte Ausdrucksform eines schlechten Ergebnisses. Man kann sie wahlweise als ironisch gedämpfte Kritik, aber auch als leichten Euphemismus verstehen. In keinem Fall aber kann sie m. E. als Antreiben zu Höchstleistungen verstanden werden.

Eine gewisse Ausnahme in Sachen „Wettbewerb“ stellt lediglich der IQ-Test dar. Auf der Facebook-Seite erscheint eine (in Ansätzen kompetitive) geografische Auswertung, an welchen Orten in Deutschland angeblich die schlauesten Menschen wohnen. Wirklich kompetitiv uminterpretiert wurde der Test jedoch erst in der Berichterstattung in diversen Boulevard-Medien, in der Bild-Zeitung etwa mit

11 Eine Anfrage an die Kontaktadresse der Website von meiner Seite zur Klärung dieses Umstands wurde nicht beantwortet.

der Aufforderung: „Ihre Stadt hat nicht gut abgeschnitten? Verbessern sie im Online-Test den Durchschnitts-IQ“.¹²

Am deutlichsten wird die Distanz gegenüber, ja die Kritik der Webseiten-Verantwortlichen an einer Wettbewerbs- und Leistungsorientierung in einigen speziell „gebrochenen Tests“ wie „Bist du nach aktuellen Standards schön?“ Alle, die den Test absolviert haben, erhalten nämlich statt eines Testergebnisses die pauschale Antwort: „Jetzt mal im Ernst – du hast doch hoffentlich nicht geglaubt, dass wir es uns anmaßen, über deine Schönheit zu urteilen? Was interessiert uns irgendein Schönheits-Standard? Wir sind uns sogar ganz sicher, dass du WUNDERSCHÖN bist! (...)“.

Bei dem Test „Es gibt sechs Kategorien von Menschen – wozu gehörst Du?“ lautet die Ergebnis-Antwort: „Wie langweilig wäre die Welt, wenn man alle Menschen in nur 6 Kategorien einordnen könnte?“ und in einem Kommentar der Webseiten-Verantwortlichen heißt es: „Keine Sorge! Wir stecken keinen in eine Schublade!“

Diese Beispiele zeigen zudem übrigens plastisch, wie auch die Abwesenheit von Wettbewerblichkeit und Wettbewerblichkeitskritik diskursiv, narrativ und performativ erzeugt werden und nicht nur Wettbewerblichkeit (wie es im Beitrag von Markus Tauschek in diesem Band untersucht wird).

Auf der anderen Seite können diese Selbsttests auch von der Nutzerseite wettbewerblich verstanden und genutzt werden. Den Zugang zu einem Segment dieser Nutzung bieten die Kommentierungen der Tests auf der Website sowie auf Facebook. Auf der Website schwanken die Kommentare pro Test zwischen einigen wenigen und 700 bis 1.000 (für den Führerschein- und Einbürgerungstest). Kommentare gewöhnlicher Tests liegen in der Regel im zweistelligen Bereich. Die Kommentarfunktionen für jeden einzelnen Test werden in der Regel genutzt, um das eigene Testergebnis mitzuteilen, es einzuschätzen oder Kommentare zum Test allgemein oder auch zu den im Test angesprochenen Themen zu geben. Antworten auf Kommentare sind möglich, aber selten. Die einzelnen Kommentare stehen in lockerer Beziehung zueinander, es sind aber nicht im eigentlichen Sinne „Threads“.

Im Folgenden sollen ausgewählte Samples von Facebook- und Website-Kommentaren daraufhin untersucht werden, wie weit sie einen wettbewerblichen Umgang mit diesen Selbsttests spiegeln.

Online-Posts sind nicht die Wirklichkeit, aber sie sind ein Teil davon mit einem autonomen Quellenwert, in dem auf eine medienspezifische Art die hier fragliche Bedeutung hergestellt wird, was Selbsttests in den Augen ihrer Nutzer darstellen. Wie jeder Wirklichkeits-Ausschnitt hat auch dieser spezifische Eigenschaften. Sie sind auch das Produkt ihrer Medialität als Online-Kommentar. Das Spezifische der untersuchten Kommentar-Kommunikation liegt in Ihrer jeweils relativen persönlichen Unmittelbarkeit, Kürze, Unverbindlichkeit und Anonymität. Es sind Ad-hoc-Äußerungen, die trotzdem nicht im freien Raum schweben, sondern sich

12 (o.V.) (2016): Die klügsten Deutschen. Bild-Zeitung vom 23.8.2016. Online unter: <https://www.bild.de/news/inland/intelligenztest/so-schlau-ist-deutschland-47456230.bild.html> [01.07.2018].

dem bestimmten Kommunikationsstil des Mediums anpassen. Die Kommentierenden wissen um die Eigenschaften dieses Ortes zwischen Privatheit und Öffentlichkeit.¹³ In diesem Fall handelt es sich um alltägliche, persönliche, aber nicht sehr intime, überzeugte, und weniger emotional aufgeladene Informationen und Meinungsäußerungen. Dabei erscheinen die Kommentare der untersuchten Samples auf der Website eher an den Tests und den persönlichen Ergebnissen orientiert, während die Facebook-Kommentare sich eher dem Social-Media-Stil anpassen: Sie sind subjektiver, kritischer, bewertender und gehen eher über die enge Thematik hinaus. Gleichzeitig ist ihre Zahl wesentlich kleiner.

In der empirischen Analyse wurden zunächst die einhundert zu Beginn des Mai 2017 oben auf der MwI-Facebook-Seite erschienen Tests ausgewählt. Es sind damit die damals aktuellsten Selbsttests. Ihre Kommentierung auf der Facebook-Seite von MwI liegt im Durchschnitt bei etwas mehr als zehn Einträgen, die in der Regel nur wenige Wörter oder einen kurzen Satz und öfters ein Emoji umfassen. Aus dieser Gruppe wurden die dreizehn Tests mit je mehr als zwanzig Facebook-Einträgen ausgewählt und zum ersten Sample dieser Untersuchung bestimmt (im Folgenden: „Facebook-Sample“). Diese Auswahl sollte eher in die Breite gehen. Als weitere Tiefenbohrung wurden dann noch die 138 Kommentare von der eigenen MwI-Website zum Test *„Kannst Du diese 40 Filme anhand eines einzigen Bildes erkennen?“* analysiert. Dieser Test wurde willkürlich gewählt, weil seine Thematik nicht sehr speziell ist und er lebhaft kommentiert wurde. Diese Kommentare stellen das zweite Sample (im Folgenden: „Spielfilm-Sample“) dar. Es geht im Folgenden nicht vordringlich darum, beide Samples zu vergleichen, sondern mit dem gemeinsamen Breiten- und Tiefenblick eine typische Auswahl an Kommentierungen von Selbsttests dieser Website zu haben. Inhaltlich nicht einschätzbare Kommentare wurden übergangen.

Die folgende Analyse geht jeweils zunächst vom speziellen Spielfilm-Sample aus und ergänzt die Ergebnisse mit denen des breiteren Facebook-Samples.

Inwieweit spiegelt sich in den Kommentaren des Spielfilm-Samples Kompetitivität oder Leistungsorientierung? Ich frage allerdings speziell nach deren starker, dominierender Ausprägung, wie sie etwa im (unglücklichen, weil normativ-psychologisierenden) Begriff einer Leistungs- oder Wettkampf*fixierung* zum Ausdruck kommt. Eine gewisse Grundform der Orientierung an Leistung scheint mir dem Phänomen des Score-bezogenen Tests inhärent zu sein und damit kein Indiz für eine ausgesprochene Kompetitivierungstendenz.

Die quantitative Leistung steht in diesem virtuellen Raum auch durchaus im Mittelpunkt der Kommentierungen. Die Kommentare sind im Spielfilm-Sample (und ähnlich in den entsprechenden Tests des Facebook-Samples) fast ausschließlich ergebnisbezogen. Drei Viertel der Kommentierenden nennen ihren Score, weitere beziehen sich ohne Nennung auf ihn (und nehmen fälschlicherweise an, er sei im Kommentar ohnehin ersichtlich). Es wird dann allerdings praktisch immer nur das eigene Testergebnis genannt. Kein Spielfilm-Kommentar geht auf das Ergebnis

13 Zum Thema kulturwissenschaftlicher Forschung im Internet siehe weiterführend z.B. Fleischhack (2019). Es sei hier aber betont, dass die vorliegende Studie keinen ethnografischen Feldforschungs-Ansatz verfolgt, sondern den einer spezifischen Teildiskurs-Analyse.

anderer Kommentierender ein. Im Facebook-Sample ist der Kommentar zum „Oldtimer“-Test, „So, dann zeig mal, wenn Du alte Autos magst. Mal schauen, ob Du mich übertriffst ...“, ein Einzelfall. Es besteht in beiden Samples weder eine explizite Kompetitivität mit anderen Teilnehmenden noch eine kompetitive Atmosphäre.¹⁴ Kompetitivität besteht hier also allenfalls über den Bezug zu oder den Wettbewerb mit der abstrakten Größe eines „guten“ Ergebnisses. Als uneingeschränkt und „objektiv“ positiv wird im Spielfilm-Test mit seinen 40 Fragen eine Trefferquote von 38 bis 40, seltener von 35 bis 37 und nur ausnahmsweise von 30 bis 35 eingeschätzt. Tiefere Scores werden meist nur noch als subjektiv oder bezogen auf die Umstände gut eingeschätzt. Dazu unten mehr.

Eine verbreitete Form, ein „objektiv“ gutes eigenes Ergebnis zu kommentieren, ist die kurze, positive, freudige, sich selbst bestätigende oder lobende Anmerkung („top“, „bravo“, „nicht schlecht“, „Haha“, „yes“, „Jihaa“, „kommt gut“, „bin zufrieden“). Darin kann man eine Leistungsorientierung auf das maximal Erreichbare sehen, genauso aber auch lediglich eine Freude über das eigene Können, allenfalls Selbstgefälligkeit. Wenige Kommentierende stellen darüber hinaus ihre besondere Leistungsfähigkeit explizit heraus, geben sich ein besonderes Gewinnerimage („mehr Filme und ich schaff 90 von 100“, „alles andere hätte mich auch irritiert“, „und ich habe einige Filme noch nie gesehen“). Diese Beispiele lassen sich sicher als Leistungsorientierung (wenngleich nicht unbedingt -fixierung) verstehen, sie sind aber quantitativ überschaubar.

Einen wichtigen Orientierungspunkt nimmt die Maximalpunktzahl als Leistungsbestätigung auch bei den wenigen ein, die sie knapp verpasst haben (39/40) und dies erklären, quasi „entschuldigen“ oder sich darüber ärgern („verdamm“, „verklückt nochmal“, „Good Will Hunting‘ ist mir zum Verhängnis geworden“). Allenfalls hier findet sich etwas „Verbissenheit“ in das maximal mögliche Ergebnis des Wettbewerbs. Wobei diese Kommentare aber immer auch ironisch gemeint sein können. Ironie ist in den Kommentaren recht verbreitet und würde in diesem Fall eher eine innerliche Distanz zur Leistungsorientierung bedeuten, wie beim Kommentar „37/40 – muß wieder mehr Filme schauen ...“.

Genau dieser leicht ironische Distanzierungs-Faktor ist bei den deutlich häufigeren (ca. 20) Kommentaren zu erkennen, welche die „Leistung“ eines als sehr gut eingeschätzten Ergebnisses augenzwinkernd kommentieren („Muss ich mir Sorgen machen, dass ich alle richtig beantwortet habe?“, „Ich Medienjunkie“, „Ich glaub, ich schau zu viel fern“, „Jo, mehr lesen wäre gut“, „OMG (= „Oh mein Gott“, E.W.) ich bin bestimmt ein Nerd“, „Das ist der schlechte Einfluss meines Mannes“, „Ich muss was ändern“, „40 von 40, nööö ich schau gar nicht so viel Filme *räusper*“ oder auf Berndeutsch „i chönnt o mau es buech läse ...“, hochdeutsch: „ich könnte einmal ein Buch lesen“). Entsprechendes findet sich auch im Facebook-Sample,

14 Die Kommentare zu den Persönlichkeits-Tests im Facebook-Sample sind ebenfalls kaum wettbewerblich formuliert und eher in einem reflexiven Modus gehalten. Das ergibt sich aus der Natur der Tests, die lediglich zu bestimmten Typologien (etwa Märchen-Charakteren) zuordnen. Die Kommentierenden vermerken in der Regel, ob sie das Ergebnis für angemessen halten im Sinne von: „Rotkäppchen. Stimmt!“

etwa bei einem „Schlager“-Test: „10/10 ... etliche Gartenfeten waren kein guter Einfluss“. Hier wird Leistungsorientierung durch Reflexion über die Ziele und die Ernsthaftigkeit des Wettbewerbs explizit zurückgenommen. Das gleiche gilt für weitere zehn Kommentare, welche die persönliche Leistung mit Hinweis auf das geringe Anforderungsniveau des Tests explizit herabsetzen („easy“, „Kinderspiel“, „einfach“).¹⁵

Auch im breiter angelegten Facebook-Sample findet sich das Herunterspielen der Bedeutung eines guten Ergebnisses mit dem Argument der geringen Anforderungen: „So schwer war's nun auch wieder nicht“, heißt es in einem „Pippi-Langstrumpf“-Wissenstest. Zu einem Test, in dem bekannte Schokolade-Markenprodukte erkannt werden müssen, schreibt eine Kommentatorin: „Zeig mir eine Mutter, die hier nicht 20 Richtige hat“. Ein Quiz zu Schlägern der 1970er Jahre gut zu lösen sei „nicht schwer, wenn man das passende Alter hat“. Dies führte einige Kommentierende dann sogar weg von der Quizleistung zu Bemerkungen wie „ich werde alt“.

Die Zahl derer, die ein verhältnismäßig schlechteres Testergebnis (ca. 25 bis 35 richtige Antworten) kommentieren, ist deutlich geringer. Es ist nicht klar, ob dies so ist, weil diese Ergebnisse seltener sind oder weil sie seltener kommentiert werden. Niedrigere Testergebnisse werden in der Regel ohne große Emotionen eingeschätzt („na geht so“, „alle kannte ich nicht“, „na ja“). Lediglich hier und da stellt die Verwendung des „nur“ eine Relation zu einem Erwartungshorizont dar, der zumindest auf eine gewisse Kompetitivität schließen lässt („Oha hab nur 24 erkannt.“). Explizite Selbstkritik („Geht ... könnte besser sein“) ist sehr selten. Ein tiefer Score wird also öffentlich hingenommen, ohne dass er zu einem besonderen Problem wird. Vereinzelt wird die übliche oder erwartbare Lesart („viele Punkte = gut“) des tieferen Ergebnisses durch Ironie ebenfalls gebrochen: „32 ich lese zu viel“, „Das habe ich nun, dass ich der Glotze abgeschworen habe ☺“.

Unter denjenigen, die ihr schlechteres bzw. als mäßig angesehenes Testergebnis kommentieren, gibt es zusätzlich den mit über 20 Einträgen sehr verbreiteten Typus derjenigen Interpretation, die das Ergebnis trotzdem als gut oder akzeptabel bewertet. Dabei wird das Ergebnis oft in eine Beziehung zu den selbst eingeschätzten Fähigkeiten, den Rahmenbedingungen und der entsprechend nicht maximalen Leistungserwartung gestellt („27/40 Richtige, das ist ok“, „besser als ich dachte“, „geht doch“, „nicht schlecht, ich kannte nicht alle“, „21/40, schaue aber nie fern“, „dafür, dass ich nicht jedes Wochenende einen Film seh, super Ergebnis“, „Leider fast keine Cineasten Filme, nur viel Ami Trash ... trotzdem 33/40 find ich ned schlecht ... wenn ich alle College Filme wegzähle.“). Hier zeigt sich auch eine Parallele zu den von Stefan Groth in diesem Band so genannten „relativen Vergleichsdimensionen“.

Vor dem Hintergrund einer möglichen kompetitiven oder Leistungsorientierung kann dieser Typus an Kommentaren unterschiedlich eingeschätzt werden. Man könnte sie als Verinnerlichung einer Leistungsorientierung verstehen, die ein

¹⁵ Aufgrund des eher niedrigen Anspruchsniveaus des Tests mit vielen sehr guten Ergebnissen ist anzunehmen, dass solche „Kinderspiel“-Kommentare eben dieses Anforderungsniveau benennen wollen und nicht ausdrücken wollen, dass der Test ein „Kinderspiel“ für sie gewesen sei, weil sie selber so fähig sind.

„schlechtes“ Ergebnis nicht akzeptieren kann und Gründe suchen muss, das Ergebnis doch als gut zu verstehen. Man könnte sie als Reaktion auf den Druck einer von außen kommenden und womöglich verinnerlichten Leistungsnorm verstehen, die zu einem als „gut“ angesehenen Ergebnis zwingt, das nun irgendwie positiv interpretiert werden muss. Wesentlich plausibler erscheint mir aber, hierin die Kompetenz zu sehen, sich nicht der Leistungsnorm des Maximalscores zu unterwerfen, sondern die Norm selber aktiv mitzubestimmen. Dies geht bis zur völligen Lösung aus dem Leistungsanspruch mit dem ironischen Einzelkommentar „30/40 ... Ziemlich gut geraten, vielleicht sollte ich Lotto spielen“.

Die Kommentare beider Samples performieren damit für mich ausgesprochen wenig explizite Kompetitivität oder „Verwettbewerblichung“, wie sie in den Zitaten am Anfang dieses Beitrags als Skandal formuliert sind. Sie zeigen eine gewisse Orientierung an einer Leistungsnorm, die aber entweder im beschränkten Umfang des Systembedingten verharret oder, wenn sie stärker wird, auf wenige Kommentierende reduziert ist. Dagegen performieren gerade die quantitativ hervorstechendsten Kommentartypen für mich deutliche Distanzierungen von einer verbissenen Fixierung auf eine sehr hohe oder die Maximalleistung, sei es durch ironische Brechungen der Leistungsnorm oder durch deren Relativierung. In beiden Samples schwingt mehrheitlich eine entspannte, ja spielerische Stimmung mit. Es entsteht in diesen Kommentaren eine luftige Community, die mit leichter Ironie ein Erklärungsfeld zum Test aufbaut. Eine zusätzliche Analyse der häufig verwendeten Emojis wie „;-)“ würde diesen Eindruck noch unterstützen.

Auch die Webseitenverantwortlichen relativieren die Ernsthaftigkeit des Selbst-Testens, etwa mit reinen Spaß-Tests wie „Anhand von 8 Fragen erraten wir deine BH-Größe“.¹⁶

Selbstverortung statt Selbstoptimierung

So sehr das Phänomen des Selbsttests einen festen Platz im Feld der Wettbewerbe – in einem weiteren Sinne – einnimmt, so wenig kann es im Rahmen dieses Beispiels als Ausdruck einer zunehmenden „Wettbewerbsgesellschaft“ im Sinne einer zunehmenden Orientierung an kämpferischer Kompetitivität oder einer zunehmenden Fokussierung auf den Leistungsgedanken gesehen werden. Das untersuchte Beispiel und die allgemeine Ausbreitung von Phänomenen wie Selbsttests sind für mich viel eher ein Ausdruck einer zunehmend aktiven *Verortung* der eigenen Person bzw. des „Selbst“ innerhalb des Lebens und der Gesellschaft als ein Ausdruck von Kompetitivität.

Das lässt sich am untersuchten Beispiel von Online-Selbsttests illustrieren. Zunächst bieten sie in einem zuvor nicht gekannten Ausmaß die Möglichkeit, eigene Fähigkeiten und Eigenschaften zu erkennen, zu reflektieren und einzuschätzen. Die

¹⁶ Die fast 500 Kommentare zeigen, dass die Nutzenden darauf einsteigen. Die in den Kommentaren häufig geäußerte Kritik an diesem Test bezieht sich oft auf die Art des Unernstes, nicht den Spaß generell.

Höhe des Anspruchsniveaus der Tests ist dabei nicht relevant. Gerade die Kommentar-Funktion bietet einen Einblick in diese Prozesse, weil der Umgang mit den Tests und die Verarbeitung ihrer Ergebnisse hier in einem verhältnismäßig öffentlichen, durch relative Anonymität aber auch etwas geschützten Raum vollzogen wird.

Das häufige Posten des Ergebnisses und damit die Benennung eines Ortes in einem bestimmten Anforderungsfeld (wie hier zum Beispiel dem Wissen über Spielfilme) zeigt dessen Bedeutung für die Testmachenden in diesem Moment. Die nackte Zahl als Testergebnis ist dabei allerdings lediglich der Ausgangspunkt für einen nachfolgenden differenzierteren Verortungsprozess, wie bei dem Kommentar: „hätte nicht gedacht, dass ich so viele erkenne.“

Auch im breiteren Facebook-Sample wird das eigene Ergebnis im Kommentar eingeordnet und interpretiert und damit oft in eine Relation zu einem erwarteten Wert gesetzt, ohne dass dies allerdings sehr „wettbewerblich“, d.h. in Form eines kompetitiven Vergleichs oder einer Fixierung auf die Erreichung eines gesetzten Leistungsziels erscheint. Eine Person kommentierte ihr gutes Ergebnis beim „großen Schlager Quiz“ (vor allem aus den 70er Jahren) mit der sich selbst versichernden Einschätzung aus ganz anderer Perspektive: „Mein Langzeitgedächtnis ist noch in Ordnung“.

Der Wunsch der Einordnung des Ergebnisses ist sehr breit gestreut, selbst dann, wenn die Kommentierenden keine definitive Antwort darauf wissen, wie eine kommentierende Frau nach dem Absolvieren des (männlich konnotierten) Oldtimer-Test: „Als Frau 13 Richtige ... Ist das jetzt gut oder ab in die Ecke?“

Testverfahren konstituieren bestimmte Wirklichkeitsfelder und Vorstellungen von Normalität erst (Lemke 2004: 267). Diese normalisierende Funktion von Testverfahren wie auch Wettbewerben soll hier nicht in Abrede gestellt werden. Sie geben einen Interpretationsraum, einen Möglichkeitsraum der Einschätzung von Normen vor (in unserem Einzelbeispiel: Was man über welche Spielfilme wissen sollte). Der größte Teil der „kritischen“ Forschung zu Wettbewerben, Tests und dem Bündel verwandter Phänomene bricht an dieser Stelle aber ab. Doch der Umgang mit solchen Tests bietet für die Testmachenden viel mehr Möglichkeiten, als sich diesem Normsystem einfach zu unterwerfen und ungebremst nach Leistung und Erfolg und „Besser-Sein“ zu streben. Mit der Kommentarfunktion haben sie die Möglichkeit, das Normsystem durch Interpretation selber mitzugestalten. Dann wird gefragt, wieviel man wissen sollte, erklärt, warum man gerade so viel weiß etc. Abstrakt gesprochen: Das Normsystem fächert sich in der Praxis bzw. Rezeption auf, wird komplex.

In den Kommentaren wird merklich und differenziert darüber nachgedacht, was als gutes und was als schlechtes Ergebnis zu interpretieren sei. Die Bedeutung des Scores für die Nutzenden wird von den Nutzenden damit durch den Kommentar erst selber hergestellt. Im Prinzip ist jeder einzelne dieser Kommentare ein solcher Akt der Herstellung von Bedeutung. Selbst das ausschließliche Nennen der nackten Zahl deutet auf einen Einklang mit der sozusagen offiziellen Lesart der Leistung hin: 39/40 oder 40/40 wird als „sehr gut“ verstanden. Jubel und Freude drücken die emotionale Verbundenheit mit dem Testergebnis aus. Mit dem Hinweis

auf einen leichten Test verorten sich die Kommentierenden sozusagen in einer anderen Leistungsliga. Der Ärger über eine falsche Antwort zeigt die hohe Selbsteinschätzung. Die ironische Distanzierung vom hohen ebenso wie vom nicht so hohen Ergebnis relativiert die jeweils klassische Lesart des Ergebnisses und damit das Normsystem des Tests und setzt ein mögliches anderes daneben. Die Selbstkritik des „könnte besser sein“ setzt eigenständig und explizit ein höheres Leistungsziel als das Erreichte.

Das positive Interpretieren eines nicht so hohen Scores bringt diesen in Einklang mit den Möglichkeiten und Erwartungen. Ein „nur“ stellt eine Diskrepanz zwischen (eigenen) Erwartungen und erreichten Leistungen fest und ist damit genau so eine Positionsbeschreibung und Herstellung einer bestimmten persönlichen Bedeutung. „33/40 finde ich persönlich gut“ benennt die Subjektivität der Verortung sogar ausdrücklich. Selbst mit der (vor allem auf Facebook) verbreiteten Kritik an den Tests stellen sich die Kommentierenden in eine Relation zum Test und betreiben damit eine eigene Positionsbestimmung.

Deutlich ist beim Facebook-Sample, dass die Kommentierenden hier den Test selber bewerten, sich dem Test also alles andere als unterwerfen. Teilweise nimmt die Testkritik sogar einen dominanten Charakter an. Das könnte daran liegen, dass die Kommentierenden hier den auf Facebook verbreiteten Schreibmodus unmittelbarer subjektiver Bewertung („Like“/„Dislike“) anwenden. Der (gebrochene) Test „Bist du nach aktuellen Standards schön?“ mit seinen 28 Facebook-Kommentaren produzierte sogar eine Art Community einer Kritik über den Test hinaus, nämlich am standardisierten Messen von Schönheit.

Interessanterweise tendierte die Kommentierung der Ergebnisse beim „Kloster-Test“ nicht in die Richtung, dass das Erreichen einer langen angenommenen Zeitspanne im Kloster als positiv verzeichnet wurde. Einige der Kommentierenden schienen sich eher spielerisch darin überbieten zu wollen, wie schnell sie wieder aus dem Kloster heraus wären. Dies entsprach zwar auch dem Grundaufbau des Tests, der sich stark an populären (negativen) Kloster-Stereotypen orientierte. Dennoch bedeutet dies für mich, dass Normalisierungs-Ziele in diesem Kommentar-Raum nicht streng vorgegeben sind, sondern in unterschiedliche Richtungen verhandelt werden können.

Das Medium Selbsttest ist für mich damit weniger ein Instrument, das Normen verordnet, als ein reflexives Medium, das den Menschen dazu herausfordert, sich in eine Relation zum Ergebnis – und zu den grundsätzlich auch flexiblen Normen – zu stellen. Selbstverortung ist für mich etwas anderes als Normalisierung an einem bestimmten Ort, z. B. der Bestleistung oder des Mittelmaßes (vgl. den Beitrag von Stefan Groth in diesem Band). Selbstverortung muss nicht automatisch einen bestimmten Ort anstreben. Es geht um das Wissen, wo man steht. Man stellt sich in Relation zu Normsystemen, das heißt nicht automatisch, dass man sie verinnerlicht hat und ihnen nachstreben muss.

Verortungen können die dahinter liegenden Normen auch in Frage stellen, sie können sie an die eigenen Verhältnisse und Vorstellungen anpassen. Dies spricht gegen eine Normalisierung im Sinne eines unmittelbaren Anpassungsdrucks. Es

dürfte angemessener sein, Selbsttests in diesem Sinne als einen von vielen möglichen Orten zu betrachten, in dem gesellschaftliche wie individuelle Normen in einen (ernsten oder ironisch gebrochenen) Austausch zueinander treten. Das erleben wir alle, wenn wir wieder einmal ein Horoskop (auch eine Form des Selbsttests) lesen und uns, wie praktisch alle, darüber amüsieren.

Wettbewerbe jenseits der Kompetitivität

Diese Einschätzung lässt sich von der eher marginalen oder untypischen Wettbewerbsform des Selbsttests rückübertragen auf den Kernbereich von Wettbewerben im engeren Sinn.

Auch Wettbewerbe sind nicht einfach nur Institutionen der Entfesselung von Konkurrenz und Entsolidarisierung, die Menschen von außen zu immer höheren Leistungen antreiben. Kulturelle Praktiken haben in der Regel unterschiedliche Funktionen. Auch Wettbewerbe existieren nicht einfach, um Kompetitivität herzustellen. Gesangswettbewerbe etwa dienen den Teilnehmenden auch dazu, sich gegenseitig kennen zu lernen, das Singen intensiv zu üben oder sich bzw. den eigenen Chor öffentlich darzustellen (Lange 2011: 41–43). An einem Wettbewerb teilnehmen, heißt nicht automatisch, auf jeden Fall der Bessere sein zu wollen. Nicht jede Form, die wettbewerbliche Grundstrukturen besitzt, wird auch kompetitiv genutzt.

Wie vielfältige Bedeutungen und Funktionen Wettbewerbe haben können, hat Clifford Geertz bereits in den 1950er Jahren am Beispiel des Balinesischen Hahnenkampfes untersucht. Das Spiel, welcher Hahn als letzter stirbt, ist ein klassischer Wettbewerb, eine unmittelbare Konkurrenz um Reputation und hohe Summen gewetteten Geldes. Und gleichzeitig hat der Wettbewerb nach Geertz eine Vielfalt anderer Funktionen, unter anderem diejenige, gesellschaftliche Kohärenz zu schaffen (Geertz 2002). Selbst Casting-Shows sind in diesem Sinne eben nicht einfach nur Orte, in denen KandidatInnen wie Kampfhennen und -hähne aufeinandergehetzt und ausgebeutet werden sowie dem Publikum die Möglichkeit des Erfolgs durch Wettbewerb vorgegaukelt wird.

Wettbewerbe haben sicherlich eine vergesellschaftende Wirkung, wie es Simmel im Jahre 1903 der Konkurrenz nachgesagt hat (Simmel 1995: 226). In heutiger soziologischer Diktion würde man dies eher als eine subjektivierende Wirkung beschreiben. „Subjektivierung“ wird allerdings häufig (oft implizit) in verengter Sicht als Einordnung des Individuums in ein Normengefüge verstanden. Das eigentliche Konzept der Subjektivierung bedeutet indes gerade das Ineinander von äußeren Kräften, die auf das Individuum formend einwirken, und individuellen Kräften, die ihrerseits wiederum auf die Gesellschaft einwirken, und zusammen ein Ganzes ergeben (ausführlicher in Wolff 2010: 189f.). Alles ist natürlich durchsetzt von Macht (im weiten Foucault'schen Sinne), die sicherlich nie gleichmäßig verteilt ist. Aber diese Macht sitzt nicht nur an einem Ort.

Wettbewerbe sind dann allenfalls noch bedingt Institutionen, die Menschen von außen kompetitive Normen wie ein Leistungsdenken aufzwingen.¹⁷ Sie sind auf jeden Fall auch viel mehr als dies. Wettbewerbe können auch andere Werte hervorbringen und Normen können darin ausgehandelt werden.

Die an Wettbewerben Teilnehmenden sind nicht nur passive Rezipienten. Sie haben selber Handlungsmacht, so genannte „Agency“, sie können sich selbst ermächtigen und tun dies auch. Diese Aktivität und Selbstermächtigung wird in der Forschung normalerweise lediglich in Protestformen gesucht und damit auch nur dort gefunden. So offensichtlich der „Protest gegen das Bewertetwerden“ etwa in Parodien (Frizzoni 2013: 237) Handlungsmacht verleiht, so deutlich ist dies nicht der einzige Ort für Selbstermächtigung. Gestaltungskraft und Handlungsmacht können auch in kreativer, affirmativer Aneignung und Aushandlung wachsen. Selbst Parodien müssen nicht eindeutig eine „gegenläufige Aneignung“ sein. Parodien sind heute ein so verbreitetes und komplexes Phänomen, dass sie in der Regel nicht nur kritisierende, sondern auch affirmative Aneignungsformen in sich vereinen. Als sehr aktuelles Beispiel ließe sich etwa der Trend zu ironischen Trinkspielen im Zusammenhang mit Castingshows nennen: Getrunken wird immer dann, wenn eine der besonders klischeehaften Formulierungen oder Einstellungen erscheinen.

Wettbewerbe können auf diese Art jenseits von Kompetitivität Orte der Selbstvergewisserung von Menschen sein, wie, um ein ganz anderes Beispiel zu nennen, der Wettbewerb um die Ernennung zur Kulturhauptstadt auch eine Selbstvergewisserungsmaßnahme für die EU-Behörden ist (Habit 2013: 201). Wettbewerbe können darüber hinaus Orte der „Selbst-Konstruktion“ von Menschen und ihren Identitäten sein und haben so Gemeinsamkeiten mit Selbst-Dokumentationstechniken wie Autobiografien, aber auch Selbstvermessungen (ausführlicher in Wolff 2019b). Und schließlich können Wettbewerbe auch Orte sein, in denen Normen weit jenseits, ja entgegengesetzt zu aller Kompetitivität verhandelt werden (ausführlicher in Wolff 2019a). In einem normativen Sinne wäre eine „entfesselte“ Wettbewerbsgesellschaft damit sogar etwas zu Begrüßendes.

Literatur

- Bausinger, Hermann (2015): *Ergebnisgesellschaft. Facetten der Alltagskultur*. Tübingen.
- Binswanger, Mathias (2010): *Sinnlose Wettbewerbe. Warum wir immer mehr Unsinn produzieren*. Freiburg i. Br.
- Bröckling, Ulrich (2007): *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*. Frankfurt a. M.
- ____ u. a. (2004) (Hg.): *Glossar der Gegenwart*. Frankfurt a. M.

17 Ganz ähnlich kommen Pfaller und Schweda (2017) mit einem induktiven Ansatz zu den Ergebnis, dass „Anti-Aging“ nicht mit dem Ziel neoliberaler Selbstoptimierung praktiziert wird.

- Van Druenen, Peter (2006): Röntgenfotos des Geistes – Der Rorschach-Test und andere projektive Verfahren. In: Lamberti, Georg (Hg.): *Intelligenz auf dem Prüfstand*. 100 Jahre Psychometrie. Göttingen: 81–101.
- Fleischhack, Julia (2019) (i.E.): *Online-Spuren. Methodologische Überlegungen zu ‚Ethnographie in der digitalen Ära‘* (Manuskript). Erscheint in: Spieker, Ira u. a. (Hg.): *Forschungsdesign 4.0. Datengenerierung und Wissenstransfer in interdisziplinärer Perspektive*. Dresden (online im Rahmen des Instituts für Sächsische Geschichte und Volkskunde, ISGV).
- Frizzoni, Brigitte (2013): Protest gegen das Bewertetwerden. Talentshows und ihre gegenläufige Aneignung. In: Tauschek, Markus (Hg.): *Kulturen des Wettbewerbs. Formationen kompetitiver Logiken* (Kieler Studien zur Volkskunde und Kulturgeschichte, 10). Münster u. a.: 237–247.
- Geertz, Clifford (2002): „Deep Play“. Bemerkungen zum Balinesischen Hahnenkampf. In: ders.: *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Frankfurt a. M.: 202–260.
- Gelhard, Andreas (2012): Das Dispositiv der Eignung. Elemente einer Geschichte der Prüfungstechniken. In: *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung* 4: 44–60.
- Gmür, Mario (2015): *Büroklammern verbiegen*. Zürich.
- Habit, Daniel (2013): Regieren durch Wettbewerb. Zur Logik urbaner Wettbewerbsformationen. In: Tauschek, Markus (Hg.): *Kulturen des Wettbewerbs. Formationen kompetitiver Logiken* (Kieler Studien zur Volkskunde und Kulturgeschichte, 10). Münster u. a.: 195–216.
- Horn, Eva (2002): Test und Theater. Zur Anthropologie der Eignung im 20. Jahrhundert. In: Bröckling, Ulrich/dies. (Hg.): *Anthropologie der Arbeit*. Tübingen: 109–125.
- Kaminski, Andreas (2011): Prüfungen um 1900. Zur Genese einer Subjektivierungsform. In: *Historische Anthropologie* 19: 331–353.
- Krogerus, Mikael/Tschäppeler, Roman (2014): *Das Testbuch*. Zürich.
- Lamberti, Georg (2006) (Hg.): *Intelligenz auf dem Prüfstand*. 100 Jahre Psychometrie. Göttingen.
- Lange, Maike (2011): Wettbewerb oder Fortbildung? Die Wertungen beim Landesmusikfest des Musikerverbandes Nord. In: Tauschek, Markus (Hg.): *Wettbewerbe. Studentische Skizzen zur Praxis des Kompetitiven* (Kieler Blätter zur Volkskunde, 43). Münster u. a.: 33–51.
- Lemke, Thomas (2004): Test. In: Bröckling, Ulrich u. a. (Hg.). *Glossar der Gegenwart*. Frankfurt a. M.: 263–270.
- Mol, Annemarie (2000): What Diagnostic Devices Do. The Case of Blood Sugar Measurement. In: *Theoretical Medicine and Bioethics* 21: 9–22.
- Passig, Katrin (2013): *Standardsituationen der Technologiekritik*. Berlin.
- Pfaller, Larissa/Schweda, Mark (2017): Altern zwischen Medikalisierung und reflexiver Praxis. In: Endter, Cordula/Kienitz, Sabine (Hg.): *Alter(n) als soziale Praxis. Ordnungen – Beziehungen – Materialitäten*. Bielefeld: 157–178.
- Pörksen, Bernhard/Krischke, Wolfgang (2010) (Hg.): *Die Casting-Gesellschaft. Die Sucht nach Aufmerksamkeit und das Tribunal der Medien*. Köln.
- Rosa, Hartmut (2006): Wettbewerb als Interaktionsmodus. Kulturelle und sozialstrukturelle Konsequenzen der Konkurrenzgesellschaft. In: *Leviathan* 34: 82–104.
- Schlünder, Martina (2005): Die Herren der Regel/n? Gynäkologen und der Menstruationskalender als Regulierungsinstrument der weiblichen Natur. In: Borck, Cornelius u. a. (Hg.): *Maß und Eigensinn. Versuche im Anschluss an Georges Canguilhem*. München: 157–195.
- Simmel, Georg (1995): Soziologie der Konkurrenz. In: ders.: *Aufsätze und Abhandlungen 1901–1908*: 221–246 [Originalausgabe 1903].

- Tauschek, Markus (2013) (Hg.): Kulturen des Wettbewerbs. Formationen kompetitiver Logiken (Kieler Studien zur Volkskunde und Kulturgeschichte, 10). Münster u. a.
- (2012): Wettbewerbskulturen? Eine kulturanthropologische Problemskizze. In: Zeitschrift für Volkskunde 108: 177–197.
- (2011) (Hg.): Wettbewerbe. Studentische Skizzen zur Praxis des Kompetitiven (Kieler Blätter zur Volkskunde, 43). Münster u. a.
- Wolff, Eberhard (2019a) (i. E.): Kulturelle Ökonomien von Selbsttests. Eine Erkundung diesseits und jenseits des „Unternehmerischen Selbst“. In: Braun, Karl u. a. (Hg.): Wirtschaften. Kulturwissenschaftliche Perspektiven (41. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde). Marburg.
- (2019b) (i. E.): Bräker mit der GoPro oder: „Self-Tracking“ und „Quantified Self“ als kleine Autobiographik. Überlegungen zu einem Verständnis von digitaler Selbstdokumentation aus der Tradition der Selbstzeugnis-Forschung. In: Hengartner, Thomas/Büttner, Peter O. (Hg.): Beiträge zur Europäischen Volkskunde, Sozialanthropologie und Literaturwissenschaft. Festschrift für Alfred Messerli. Hannover.
- (2018a): „Selbstoptimierung.“ Ein Skandaltypus. In: Uni Nova. Das Wissenschaftsmagazin der Universität Basel. Nr. 132. Online unter: <https://www.unibas.ch/de/Forschung/Uni-Nova/Uni-Nova-132/Uni-Nova-132-Essay.html> [18.12.2018].
- (2018b): Das „Quantified Self“ als historischer Prozess. Die Blutdruck-Selbstmessung seit dem frühen 20. Jahrhundert zwischen Fremdführung und Selbstverortung. In: Medizin, Gesellschaft und Geschichte 36: 43–83.
- (2016): Über das Optimieren. In: Schweizerische Ärztezeitung 97: 1300.
- (2015a): Problemlagen kompetitiver Figurationen. Am Beispiel des „Mitzählenden Flaschenöffners“ (Quellen zu Wettbewerb und Konkurrenz des DFG-Netzwerks „Wettbewerb und Konkurrenz: Zur kulturellen Logik kompetitiver Figurationen“, 1. Mai 2015), <https://www.konkurrenz.uni-freiburg.de/quellen-zu-wettbewerb-und-konkurrenz/problemlagen-kompetitiver-figurationen-am-beispiel-des-mitzaehlenden-flaschenoeffners>. [15.7.2018].
- (2015b): Über Psychoparadiologie und Büroklammern. In: Schweizerische Ärztezeitung 96: 896.
- (2010): Moderne Diätetik als präventive Selbsttechnologie: Zum Verhältnis von heteronomer und autonomer Selbstdisziplinierung zwischen Lebensreformbewegung und heutigem Gesundheitsboom. In: Lengwiler, Martin/Madarasz, Jeannette (Hg.): Das präventive Selbst. Eine Kulturgeschichte moderner Gesundheitspolitik. Bielefeld: 169–201.